



offline

Welches anonyme Web?

Web-Unternehmer und Usability-Experte Peter Hogenkamp (Bild) macht sich offline Gedanken über Trends im vernetzten Leben.
<http://twitter.com/phogenkamp>

Das Internet ist mal wieder böse. Die deutsche Regierung will es zensieren, um Kinderschändern Einhalt zu gebieten, der «Spiegel» sieht es als rechtsfreie Zone, und Ringier-Eminenz Frank A. Meyer schreibt in einem Artikel von bemerkenswerter Einfalt (krz.ch/49315a), das Internet sei eigentlich an allem schuld, auch an der Finanzkrise. Journalisten sind sich einig, dass kommentierbare Artikel wenig bringen, weil dieser «anonyme Mob» jede sinnvolle Diskussion unmöglich mache.

Anonym? Wir haben die Kommentare in unseren sieben Blogwerk-Themenblogs analysiert, wer sich wie identifiziert. Bei mehr als der Hälfte der Kommentare werden «echte» Vor- und Nachnamen angegeben und/oder eine Website verlinkt, auf der diese verzeichnet sind; stark im Kommen ist die Anmeldung mit den Zugangsdaten von «Facebook», wo praktisch alle mit vollem Namen unterwegs sind. Beim Download eines Gratis-Know-how-PDFs gaben sogar über 90% freiwillig ihren Namen an.

Kann gut sein, dass es das gibt, das böse, anonyme Internet. Ich kenne es nur aus der Zeitung.

Kolumne online/mobile lesen und weiterempfehlen. So einfach gehts, siehe Seite 3.

SMS an 939 mit Text: MOBIL offline



anthrazitservices Fr. 0.20/SMS

5 Fragen, 5 Antworten SuisseEMEX'09

Wie sehen innovative und gewinnbringende Marketingkonzepte und -aktivitäten der Zukunft aus?

In der cleveren Kombination von online und print. Und dazu gehören neu sicher auch Twitter und mobile Kampagnen. Der Trend geht vermehrt Richtung online – weg von Print also, weshalb Firmen die IST-Situation analysieren und herausfinden müssen, mit welchen Mitteln und Medien sie fahren wollen, damit sie die Zielgruppen bestmöglich erreichen. Die Kundenansprüche steigen weiter an. Sind dennoch je nach Branche sehr verschieden.

Bringen mobile Websites in Ihren Augen Wettbewerbsvorteile und worin sehen Sie den grössten Nutzen für Anbieter und Kunden?

Mobile Webseiten sind die Zukunft. Sie werden für die Unternehmen mehr Umsatz und Kundenbindung generieren und den Konsumenten selbst den Zugang zu gewünschten Informationen und Produkten nochmals erleichtern. Online sein gehört zum Alltag und das gilt nicht nur im Büro, sondern auch für unterwegs. Kurz was einkaufen, Reisen buchen etc.

Auch unsere Website ist unter mobile.suisse-emex.ch zugänglich, sodass die Besucher die wichtigsten Messeinformationen von unterwegs abrufen können. Die Feedbacks sind durchwegs positiv.

Immer mehr Messeveranstalter switchen auf Online-Messekonzepte. Sie auch?

Die SuisseEmex ist mit myemex.ch die erste Messe, die eine Community online anbietet und länger als die Messetage dauert. Wir werden bestimmt auf 2010 weitere Trends im Onlinebereich einsetzen, solange die Messe sowie die Besucher und Interessenten davon profitieren. Das entsprechende Konzept wird im November 2009 an einem Info & Networking Event präsentiert.

Was hat sich punkto Marketing in den letzten Jahren am stärksten verändert?

Der crossmediale Mix – als Marketingmanager wird es immer schwieriger, aber auch interessanter, diese verschiedenen Möglichkeiten zu nutzen. Der Onlinebereich gehört zwangsläufig zu fast jeder Kampagne ...

Kaufen Sie online ein? Wenn ja, wann zum letzten Mal und in welchem Onlineshop?

Ich nutze die Möglichkeiten, online einzukaufen gerne. Letzte Woche habe ich bei Leshop bestellt, weil mir das Tagesbusiness keine Zeit liess, unter der Woche im Geschäft meine Besorgungen zu erledigen.

suisse
emex '09



Boris Reichardt,
Projektmanager MARCOM
EMEX Management GmbH

**Office
World**

**Alles für Ihr Büro –
www.officeworld.ch**